



Kenapa Biaya Pasang  
Iklan di Facebook  
Mahal

## IKLAN MAHAL

FAKTA tentang facebook

Ada 20.000 pengguna aktif di facebook perdetiknya Artinya setiap 18 menit akan ada 11 juta orang di dalam Facebook. Dan Setiap 150.000 pesan/menit yang dikirim lewat Facebook.

Ini berarti facebook menjadi primadona untuk beriklan

Saat ini saya masih mendapati beberapa penyebab iklan mahal

### 1. Algoritma

Algoritma iklan facebook yang ditampilkan relevan dengan audience yang menerima. Untuk itu seringkali saya tekankan pentingnya page kita preferred terlebih dahulu karena banyak pengguna facebook tidak ingin kenyamanannya terganggu karena iklan-iklan yang tidak relevan. Makanya terkadang *reach* yang dicapai oleh iklan per hari bisa turun. Intinya semakin relevan iklan tersebut dengan audience, iklan kita akan semakin dimudahkan baik dari sisi reach maupun biaya.

Di workshop saya jabarkan bagaimana membaca algoritma facebook khususnya membaca audience tertarget kita

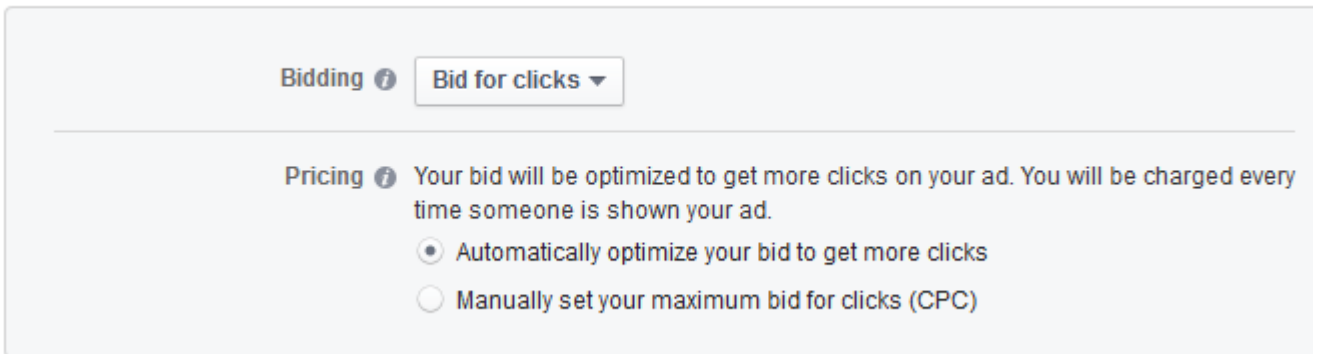
## 2. Cara Bidding

Ada dua jenis bid yang berlaku didalam Facebook, yaitu :

**Automatic Bidding**, artinya sistem Facebook secara otomatis akan mengatur *bid* kita sesuai dengan budget yang dipunyai.

**Manual Bidding**, artinya kita *bid* sendiri. Semakin mahal *bid* semakin jauh reach yang bisa dicapai, tetapi semakin sedikit *bid* semakin kecil juga jangkuan iklan kita karena *bid* kita kalah saing dengan *bid* pengiklan lain.

### BIDDING AND PRICING

A screenshot of the Facebook advertising interface showing the 'Bidding' and 'Pricing' settings. At the top, there is a 'Bidding' section with a dropdown menu set to 'Bid for clicks'. Below this, the 'Pricing' section explains that the bid will be optimized to get more clicks and that the user will be charged every time someone is shown the ad. There are two radio button options: 'Automatically optimize your bid to get more clicks' (which is selected) and 'Manually set your maximum bid for clicks (CPC)'.

## 3. Iklan pesaing

Sebagian besar dari iklan anda di Facebook mahal? karena iklan anda harus berkompetisi dengan iklan-iklan lain dalam perang bid. betul ....akhir akhir ini para adviser sering tidak bisa ngebid/menawar mungkin perubahan algoritma fb bahkan beberapa teman saya juga tidak bisa memilih life time...entahlah

Kemampuan yang terbatas untuk menampilkan iklan anda. Dikarenakan kesalahan optimasi iklan (adset) atau kesalahan penentuan audience dan interest .Sementara itu ada banyak sekali pengiklan yang berebut untuk menampilkan iklan mereka.terjadi persaingan

misal iklan anda mengenai busana muslim, maka kompetitor anda adalah orang lain yang juga jualan busana muslim.Kompetitor anda ya semua orang yang mentarget ke target market anda atau ke audiens yang anda tetapkan melalui targetting.Maka kompetitor anda adalah semua pengiklan yang targetting-nya memiliki kesamaan dengan targetting yang anda buat.

Jadi seperti yang anda mungkin sudah tahu, ketika anda beriklan di Facebook, anda tidak membayar facebook nominal yang tetap untuk menampilkan iklan anda. Nominal yang anda bayar bervariasi, tergantung dari tingkat kompetisi, optimasi iklan, relevansi iklan, dan performa dari iklan anda.



#### 4. Optimasi

Adalah tidak benar bahwasanya iklan mahal adalah iklan terbaik karena kita menang bidding di atas kompetitor

Active	455 Impressions	453	Rp0.2 Per Impression	Rp101
Active	---	---	Per Result	Rp0
Inactive	256,504 Impressions	157,759	Rp1 Per Impression	Rp218,762
Inactive	50,333 Impressions	20,524	Rp2 Per Impression	Rp99,928
Inactive	102,180 Impressions	81,548	Rp1 Per Impression	Rp65,904

Setelah mengetahui berapa result dan reach ada beberapa parametric untuk menaikkan performa iklan yaitu

- result > reach = iklan yang bagus bilamana result lebih tinggi dari reach
- RS=relevant score tinggi kalok bisa diatas 7
- FR=frekuensi artinya berapa kali intensitas iklan diterima audience max 2 di mana audience maksimal 2 kali terima iklan kita biar ngak bosan
- Semakin tinggi CTR dan semakin rendah CPA adalah indikasi terbesar apakah suatu iklan memiliki performa yang baik atau tidak -- dimana semakin baik performa iklan artinya semakin murah juga biaya yang anda keluarkan untuk iklan tersebut